

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA GOJEK BANDUNG

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT GOJEK BANDUNG

¹Muhammad Fachrurrozy, ²Indira Rachmawati

^{1,2,3}Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

e-mail: ¹fachrurrozy@students.telkomuniversity.ac.id, ²indirarachmawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan ojek online juga sangat pesat, kini semakin banyak ojek online yang serupa dengan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga persaingan bisnis semakin ketat, untuk itu Gojek selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, sehingga konsumen semakin terpuaskan. Tetapi masih banyak konsumen yang mengeluhkan tentang Gojek, maka dari itulah peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Pada Gojek di Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kualitas pelayanan pada Gojek berdasar dari tingkat kesesuaian (Tki) antara kinerja dan kepentingan, mengetahui atribut yang harus diperbaiki, dipertahankan atau dikurangi prioritasnya oleh pihak Gojek.

Penelitian ini yang dijadikan sebagai Sampel penelitian ini adalah yang pernah menggunakan Gojek sebanyak 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Penelitian ini menghasilkan Indeks Kepuasan terendah terletak pada atribut Empati (*Emphaty*) yang berkaitan dengan "Driver Peduli akan Keinginan Konsumen", yaitu sebesar 0,632. Sedangkan Indeks Kepuasan tertinggi terletak pada atribut Empati (*Emphaty*) yang berkaitan dengan "Driver Cepat menanggapi Keluhan konsumen" yaitu sebesar 0.901. atribut yang harus diperbaiki karena mempunyai gap terbesar yaitu dimensi Keandalan(*Reliability*) yaitu sebesar -0.93. Dimensi berikutnya yang memiliki tingkat perbedaan atau gap cukup besar yaitu dimensi Jaminan (*Assurance*) yaitu sebesar -0.82.

Kata kunci: kualitas pelayanan.

Abstract

The development of motorcycle taxis online is also very rapid, now more and more online motorcycle taxis are similar to the quality of various services, so that the business competition is getting tighter, for it is always improving the quality of service to customers, so that consumers are more satisfied. But there are still many consumers who complain about Gojek, so that's why researchers want to conduct research entitled Analysis of Service Quality at Gojek in Bandung.

The purpose of this research is to know the quality of service at Gojek based on the level of conformity (Tki) between performance and importance, to know attributes that must be improved, maintained or reduced priority by the Gojek.

This research is used as the sample of this study is that once using the Gojek as many as 100 samples. Data analysis method used is Importance Performance Analysis (IPA) method.

This research resulted in the Lowest Satisfaction Index lies in the attribute Empathy (*Emphaty*) associated with "Driver Cares for Consumer Desire", that is equal to 0.632. While the highest Satisfaction Index lies in the attribute Empathy (*Emphaty*) associated with "Driver Quick response to Consumer complaints" that is equal to 0.901. Attributes that must be improved because it has a gap terbesar namely dimension Reliability (*Reliability*) that is equal to -0.93. The next dimension that has a big difference or gap is the Assurance dimension of -0.82.

Keywords: quality of service.

1. Pendahuluan

Menurut Heizer dan Render (2015:8) jasa mendasari sektor ekonomi terbesar dalam masyarakat pascaindustri. Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang biasanya menghasilkan sebuah produk tidak berwujud (seperti pendidikan, hiburan, perumahan, pemerintahan, keuangan, dan jasa kesehatan)

(Heizer dan Render, 2015:7). Maka dapat disimpulkan bahwa jasa adalah sebuah produk yang tidak berwujud yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan yang ada.

Banyak sekali contoh dari usaha jasa itu sendiri seperti: Jasa Reparasi, Salon, Rumah Sakit, sekolah dan juga transportasi. Go-Jek Indonesia adalah suatu jasa transportasi yang ada di Jakarta yang beroperasi sejak tahun 2011, Go-Jek merupakan pionir penyedia jasa layanan ojek profesional. Berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bagi para pelanggannya, Go-Jek tumbuh sebagai startup yang menjanjikan di ibukota dan sekarang sudah merambah di kota-kota besar di Indonesia salah satunya Bandung.

Go-Jek lahir dari ide sang CEO dan Managing Director Nadiem Makarim yang mengaku seorang pengguna ojek. Ojek yang merupakan kendaraan motor roda dua ini memang transportasi yang sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan kota. Dengan pengalamannya saat naik ojek di jalanan yang macet inilah ia kemudian menciptakan Go-Jek, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesanan. (go-jek.com)

Perkembangan ojek online juga sangat pesat, kini semakin banyak ojek online yang serupa dengan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga persaingan bisnis semakin ketat, untuk itu Gojek selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, sehingga konsumen semakin terpuaskan. Definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. (Tjiptono, 2012)

Tetapi masih banyak konsumen yang mengeluhkan tentang Gojek. Gojek mendapat keluhan dari Pelanggan, banyak sekali keluhan yang ditujukan pada ojek online ini. (TribunStyle.com), Keluhan –keluhan Gojek dari [www. Keluhan-gojek.okegratis.com](http://www.keluhan-gojek.okegratis.com), dari banyaknya keluhan secara garis besar konsumen mengeluhkan, hal dibawah ini,

1. Gangguan server, yang kadang loading atau *Error*
2. Pesanan yang tidak sesuai,
3. Pesanan yang lama sampai
4. Konsumen harus menunggu lama Gojek datang ke tempat.
5. Pengiriman Dokumen yang lama, tidak sesuai dengan estimasi

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yaitu terdapat 5 dimensi SERVQUAL atau dikenal dengan istilah RATER. RATER terdiri atas 5 dimensi yaitu Reliability (Reliabilitas), yaitu keandalan/ kemampuan untuk menyediakan jasa secara akurat dan terpercaya. Kinerja sesuai harapan pelanggan jasa berupa ketepatan waktu, sikap simpatik, keakuratan yang tinggi dan pelayanan yang seragam. Assurance (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, serta kemampuan karyawan menumbuhkan rasa percaya pelanggan, meliputi kompetensi, kepercayaan, komunikasi dan sopan santun. Tangible (Bukti Fisik) yaitu, kemampuan untuk menunjukkan keberadaan dirinya, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan. Empathy (Empati) yaitu, mampu memberikan perhatian yang tulus dan pribadi dengan memahami keinginan konsumen.

Dari analisis, fenomena yang terjadi dan dijelaskan pada halaman sebelumnya, maka dari itulah peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Pelayanan Pada Gojek Bandung.**”

2. Landasan Teori

2.1 Pengertian Jasa

Menurut Heizer dan Render (2015 : 244) kualitas yang tinggi berarti kinerja yang lebih baik, fitur yang bagus, dan peningkatan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa adalah upaya pemenuhan ekspektasi konsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas jasa

2.2 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan tersebut (Wijaya, 2011:11).

2.3 Kepuasan Konsumen

Kotler & Keller (2012:150), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pembeli akan bergantung kepada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pengguna layanan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Buchori & Saladin, 2010:67).

2.4 Metode Penelitian

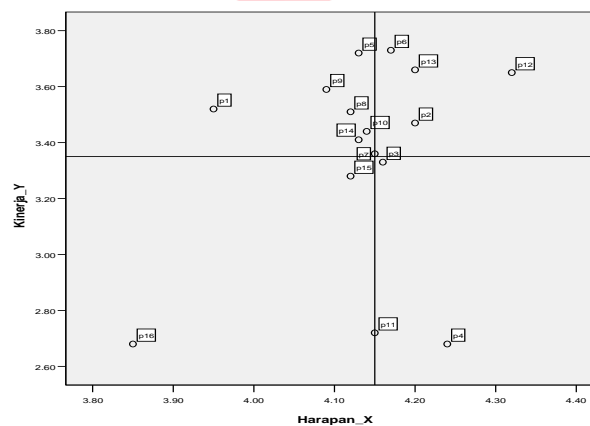
Penelitian ini juga menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai teknik analisis data. Teknik ini pertama kali dikemukakan oleh Martilla dan James. Teknik ini digunakan untuk menghitung tingkat kepentingan dan kinerja berbagai atribut pada suatu perusahaan. Melalui teknik ini, kita dapat mengetahui seberapa tinggi tingkat kepentingan dan kinerja tersebut. Selain itu, kita juga dapat menentukan tindakan yang akan dilakukan pada atribut tersebut, apakah akan dipertahankan, ditingkatkan, atau dikurangi prioritasnya.

3. Hasil Analisis dan Pembahasan

Analisis pemetaan dimensi Service Quality untuk menjawab pertanyaan penelitian berikutnya yaitu tentang posisi masing-masing dimensi menurut tingkat harapan dan kinerja.

Pemetaan ini dilakukan untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan aspek apa yang benar-benar perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan

Diagram Kartesius Dari Atribut-atribut Kualitas Pelayanan



Gambar 3.1

Diagram Kartesius menunjukkan letak dari atribut-atribut dimensi kualitas pelayanan berdasarkan hasil perhitungan rata-rata bobot penilaian harapan dan kinerja terhadap pelayanan yang dirasakan konsumen. Interpretasi dari gambar 3.1 adalah sebagai berikut :

1. Kuadran I

Tabel 3.1

Kuadran I (Atribut Dimensi Service Quality memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi)

No	No Item	Atribut
1	p1	Keadaan Fisik (Alat transportasi) Gojek Bandung dalam keadaan baik
2	p5	Driver Cepat menanggapi Keluhan konsumen
3	p8	Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar (Infomatif dalam komunikasi)
4	p9	Driver dapat bekerjasama dengan konsumen
5	p14	Driver dapat diandalkan (Profesional dalam bekerja)

Atribut-atribut yang harus mendapatkan memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi yaitu berkaitan dengan Keadaan Fisik (Alat transportasi) Gojek Bandung dalam keadaan baik, Driver Cepat menanggapi Keluhan konsumen, Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar (Infomatif dalam komunikasi), Driver dapat bekerjasama dengan konsumen, dan Driver dapat diandalkan (Profesional dalam bekerja).

2. Kuadran II

Tabel 3.2

Kuadran II (Atribut Dimensi Service Quality harus tetap dipertahankan, karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan)

No	No Item	Atribut
1	p2	Peralatan (kelengkapan Sarana dan prasarana) Gojek Bandung sangat lengkap
2	p6	Menjaga hubungan baik kepada konsumen
3	p7	Cepat Tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen
4	p10	Kemampuan Pelayanan driver dapat di percaya
5	p12	Konsisten dalam pelayanan jasa: kesesuaian jadwal menjemput dan mengirim barang
6	p13	Pengetahuan dan keterampilan driver dalam menjalankan tugasnya

Atribut-atribut yang harus mendapatkan harus tetap dipertahankan, karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan.yaitu Peralatan (kelengkapan Sarana dan prasarana) Gojek Bandung sangat lengkap, Menjaga hubungan baik kepada konsumen, Cepat Tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen, Kemampuan Pelayanan driver dapat di percaya, Konsisten dalam pelayanan jasa: kesesuaian jadwal menjemput dan mengirim barang dan Pengetahuan dan keterampilan driver dalam menjalankan tugasnya.

3. Kuadran III

Tabel 3.3

Kuadran III (Atribut Dimensi Service Quality dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan karena berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan)

No	No Item	Atribut
1	p15	Driver dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (Ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)
2	p16	Driver memiliki keahlian dalam menjalankan kendaraan dengan baik

Atribut-atribut yang harus mendapatkan dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan karena berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan. yaitu berkaitan dengan Driver dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (Ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan) dan Driver memiliki keahlian dalam menjalankan kendaraan dengan baik.

4. Kuadran IV

Tabel 3.4

Kuadran IV (Atribut Dimensi Service Quality tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya)

No	No Item	Atribut
1	p3	Materi komunikasi (informasi dan petunjuk Jelas) aplikasi Gojek sangat jelas
2	p4	Driver Peduli akan Keinginan Konsumen
3	p11	Keakuratan driver dalam melakukan pelayanan jasanya

Atribut-atribut yang harus mendapatkan tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. yaitu berkaitan dengan Materi komunikasi (informasi dan petunjuk Jelas) aplikasi Gojek sangat jelas, Driver Peduli akan Keinginan Konsumen, Keakuratan driver dalam melakukan pelayanan jasanya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Gojek Bandung”, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja Gojek Bandung
Berdasarkan penilaian responden variabel Kinerja Gojek Bandung berada pada kategori cukup baik.
2. Harapan Konsumen Gojek Bandung
Berdasarkan penilaian responden variabel Harapan untuk Gojek Bandung berada pada kategori baik.
3. Berdasarkan hasil perhitungan Importance Performance Analysis, atribut-atribut yang harus mendapatkan memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi, yaitu berkaitan dengan Keadaan Fisik (Alat transportasi) Gojek Bandung dalam keadaan baik, Driver Cepat menanggapi Keluhan konsumen, Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar (Infomatif dalam komunikasi), Driver dapat bekerjasama dengan konsumen, dan Driver dapat diandalkan (Profesional dalam bekerja).
4. Atribut-atribut yang tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, yaitu berkaitan dengan Materi komunikasi (informasi dan petunjuk Jelas) aplikasi Gojek sangat jelas, Driver Peduli akan Keinginan Konsumen, Keakuratan driver dalam melakukan pelayanan jasanya.
5. Atribut yang harus dipertahankan karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan, yaitu Peralatan (kelengkapan Sarana dan prasarana) Gojek Bandung sangat lengkap, Menjaga hubungan baik kepada konsumen, Cepat Tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen, Kemampuan Pelayanan driver dapat di percaya, Konsisten dalam pelayanan jasa: kesesuaian jadwal menjemput dan mengirim barang dan Pengetahuan dan keterampilan driver dalam menjalankan tugasnya.

Daftar Pustaka:

- [1] A, Parasuraman. (2001). The Behaviorial Consequenses of Service Quality, Jurnal of Marketing, Vol 60
- Sekaran, auma. 2011. Metode Peneltian Untuk Bisnis, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- [2] Go-Jek. (2017). *Inovasi Dalam transportasi*. [Online]. <http://go-jek.com>
- [3] Giselda, Fretel, Tagor Muda Panjaitan (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua
- [4] Heizer, Render., dan Render, Barry. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat
- [5] Husein Umar. 2000. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- [6] Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- [7] Palero, Ariessa(2016). Analisis Kualitas Jasa DayTrans Executive Shuttle Dengan Metode *Importance Performance Analysis*
- [8] Silva and Fernandes. 2012. *Importance Perfomance Analysis As A Tool In Evaluating Jigher Education Service Quality: The Emperical Result Of Esting (IPB)*.
- [9] Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- [10] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Bandung : Alfabeta
- [11] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- [12] Sugiyono. 2013. Statistika untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- [13] Sunyoto, D. 2012, Manajemen Sumber daya Manusia. Yogyakarta: CAPS
- [14] Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. AndiOfset. Yogyakarta.
- [15] Toni Wijaya. 2011. Manajemen Kualitas jasa. Jakarta: PT. Indeks